

ANALISIS BAHASA KEKUASAAN PADA BIOGRAFI PERJALANAN 50 TAHUN SURYA PALOH

Slamet Parsono¹

prasono82@gmail.com¹

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Langlangbuana

ABSTRAK

Kepemilikan media kerap kali dijadikan sebagai alat untuk melanggengkan kekuasaan guna mencapai tujuan politik tertentu. Terlebih ketika kran surat izin usaha penerbitan pers (SIUPP) dibuka selebar-lebarnya sejak awal reformasi 1998. Dari kacamata sederhana, kebebasan mendapatkan SIUPP membawa angin segar bagi para pemilik modal untuk melirik sektor media yang menggiurkan. Jangan heran, bila kemudian mencuat istilah konglomerasi media, yaitu menguasai bisnis media massa dalam segala bentuknya. Selanjutnya kecenderungan hasrat kepemilikan media itu membuncit dan menciptakan karyanya sendiri dalam menjalankan ideologinya. Dari perspektif politik media mudah saja diprediksi, bahwa peran konglomerasi media menggiring seabrek efek-efek dominan yang belum pernah terlihat sebelumnya. Karya itu biasanya menjelma hampir di semua pembatasan kebebasan pers yang mengatasmakan kepentingan masyarakat dan sebenarnya melayani kepentingan khusus kelompok, golongan, aliran, ideologi, lembaga atau perorangan tertentu. Nakal memang, karya itu semakin liar saja di tengah kancah persaingan media untuk memburu *rating*.

Kata kunci: Ideologi, Pers, Reformasi, Konglomerasi Media

ABSTRACT

Media ownership is often used as a tool to perpetuate power to achieve certain political goals, especially when the tap of a press release business license (SIUPP) was opened as wide as possible since the beginning of the 1998 reforms. From a simple perspective, the freedom to obtain SIUPP brought a breath of fresh air for investors to glance at the lucrative media sector. Don't be surprised if the term media conglomerate then sticks out, that is, mastering the mass media business in all its forms. Furthermore, the tendency of the desire for media ownership is bulging and creating its own work. From the perspective of media politics it is easy to predict that the role of media conglomeration leads to a host of dominant effects that have never been seen before. The work usually manifests in almost all restrictions on press freedom in the name of the interests of the community - and actually serves the special interests of certain groups, groups, groups, ideologies, institutions or individuals. Naughtly indeed, the work is getting wilder in the midst of media competition to hunt for ratings.

Keywords: Ideology, Press, Reformation, Media Conglomeration

PENDAHULUAN

Masih membekas diingatan kita, semasa Orde Baru pasar media hanya dikuasai oleh pemerintah. Seperti yang diungkapkan oleh Jalaluddin Rakhmat, setelah reformasi kita tiba-tiba dilepaskan dari penjara kebebasan pers yang berlangsung lebih dari tiga puluh tahunan. Komunikasi massa menarik lega, setelah dipasung sekian lama. Dengan kata lain ketika jurnalisme menerobos hukum dagang, maka tunduklah dia. Konglomerasi media dengan mudah menampilkan jurnalisme yang manipulatif.

Pergeseran nilai terjadi di berbagai lini. Budaya keterbukaan merebak sekaligus memudahkan rasa paternalistik. Terutama dari sektor ekonomi, muncul para konglomerasi media lengkap dengan corak berpikir kapitalis. Bagi siapa saja yang memiliki modal

dan jaringan luas bisa mendirikan lebih dari satu media. Sehingga dapat dipastikan media itu mendukung ideologi pemilik, meskipun boleh dibilang si pemilik tidak mempunyai keahlian khusus di bidang jurnalistik.

Tapi apakah benar biangnya hanya karena posisi pers yang bebas? Kebebasan pers yang tak terkendali memang telah menciptakan “kegalauan informasi” (*information disturbance*); perbedaan pendapat yang tak “terkelola”, telah menimbulkan berbagai gejala ideologis. Namun menurut Yasraf Amir Piliang, masalahnya bukan pada kebebasan itu sendiri, tetapi pada ketidakmampuan “mengelolanya” ke arah batas-batas yang sesuai dengan kondisi bangsa, yang sedang “belajar” menjalankan demokrasi.

Pada dasarnya semua media yang dimiliki oleh swasta maupun pemerintah, sebenarnya merupakan aparatur ideologi. Bila suatu media (terutama di negara berkembang) mengalami investasi yang tinggi seperti radio dan televisi, dapatlah dipakai istilah *Ideological State Apparatus* (ISA). Dengan sendirinya semua alat komunikasi apakah dimiliki negara atau tidak akan berusaha untuk menampilkan apa yang menurutnya menarik. Dengan karakternya yang massa, pers menyandang predikat sebagai sumber kekuasaan untuk menyebarluaskan pendapat sekaligus menseleksi isu. Karena itu komunikasi massa merupakan bidang pra-politik dan “baru terbatas” pada pemilikan, dan pemanfaatan “sumber kekuasaan” yang bersifat penyebaran pendapat.

Selanjutnya, unsur pengadaan biaya melangit karena media massa harus menggunakan teknologi mutakhir untuk menjangkau masyarakat seluas-luasnya. Dimana kebutuhan itu sering tak terbendung ketika mendekati arah “penyempurnaan”. Karena itulah banyak orang menyarankan bahwa keseimbangan pemilikan media oleh swasta maupun pemerintah selalu merupakan suatu situasi yang lebih sehat, daripada satu pihak saja (swasta atau pemerintah saja) yang memiliki media.

Tak jarang nada miring bergulir bahwa fungsi pemerintah dalam perekonomian media hanya sebagai ‘wasit saja’. Artinya terjadi swastanisasi seluruh ekonomi media lengkap dengan persaingan. Adalah tugas pemerintah untuk menjamin pluralitas pers.

Dalam penelitian ini penulis melihat ‘praktik-praktik monopoli media’ di Indonesia mewujudkan dalam tindakan sosial dan politik yang terus berkembang. Ketika pers dimonopoli, pihak yang menguasainya dapat menyaring informasi dan mengarahkan penilaian-penilaian menurut kepentingannya sendiri justru itulah sebabnya ia mencari monopoli itu—dan dengan demikian masyarakat dirampas haknya atas informasi dan masukan-masukan ide dan penilaian yang objektif.

Di Indonesia tak ada batasan yang jelas seberapa banyak seseorang boleh menanam investasi di sektor media. Kualitas orang seperti apa yang akan memegang bisnis ini pun tak mendapat perhatian khusus. Sehingga tak jarang berbagai kepentingan membaur di sini. Lalu timbul “nada miring” ketika pengelolaan media itu dipegang oleh seorang aktor politik, tak jarang media itu dijadikan humas (hubungan masyarakat) untuk menebarkan janji-janjinya, bukan sebagai penyambung lidah suara masyarakat.

Sekilas Potret Surya Paloh

Euforia kebebasan pers memang membawa angin segar bagi para pemilik modal dalam bisnis informasi. Banyak wajah-wajah baru turut menghiiasi perkembangan maju-mundurnya kondisi pers nasional di Indonesia. Surya Paloh tentu bukan orang baru dalam bidang ini. Surya Paloh adalah juga orang yang menggunakan bahasa sebagai ajang menggelar kekuasaan. Oleh karena penulis tertarik untuk meneliti

buku biografi *Editorial Kehidupan Surya Paloh* yang diterbitkan dalam menyongsong usianya ke-50 tahun.

Di situ diceritakan sepak terjangnya yang sudah dimulai semenjak ia mendirikan *Harian Pagi Prioritas*. Media itu terkenal dengan kritikan tajamnya, terutama pada kolom ‘Selamat Pagi Indonesia’. *Harian* yang lahir pada 2 Mei 1986 itu akhirnya kandas pula di kaki rezim Orde Baru, hanya karena sebuah pemberitaan yang tak berkenan pada pemerintah. Terhitung hanya sampai 13 bulan *Prioritas* bisa mewarnai kehidupan pers Indonesia.

Sebagai pendatang baru dalam barisan pers nasional, semenjak musibah itu pria baya yang memiliki nama lengkap Surya Dharma Paloh ini mulai memperjuangkan kebebasan pers. Salah satu targetnya ialah Peraturan Menteri Penerangan Nomor 01/Per/Menpen/1984. Hampir semua jajaran pers waktu itu menurutnya terbius dalam paradigma ‘pers yang bebas dan bertanggung jawab’. Posisi Surya sebagai seorang politikus sekaligus pengusaha menempatkan namanya hampir di setiap medan kehidupan Orde Baru. Menurut dunia pers sangat menarik, karena bidang ini mampu menyatukan antara aspek bisnis dan idealisme. Namun niat itu tidak selalu mulus ketika bercampur antara kepentingan-kepentingan dengan ekonomi pasar media.

Setelah pembredelan *Prioritas*, Surya bekerja sama untuk mengelola majalah *Vista*. Hampir setahun setelah mengelola *Vista*, Surya mengambil alih pengelolaan Surat Kabar *Harian Media Indonesia* dari pemilik SIUPP-nya, Teungku Yousli Syah. Sejak tahun 1989 ia mulai merambah bisnis persnya dengan mendirikan PT Surya Persindo. Surya hadir dengan meraup ‘sejumlah koran-koran di daerah’. Sejumlah 10 penerbitan dikelolanya melalui kerja sama kepemilikan saham, ditambah satu tabloid berita Mingguan *Detik* yang terbit di Jakarta. Kondisi ini diperkuat pula oleh kedekatannya dengan lingkaran kekuasaan ‘keluarga cendana’ waktu itu.

Dengan menguasai pengelolaan 13 penerbitan pers secara nasional, sulit bagi siapa pun untuk meragukan eksistensi Surya sebagai seorang *publisher*. Tak hanya itu pengusaha yang khas dengan berewok ini, menguasai pula bisnis katering yang bisa dibilang sukses. Bahkan tercatat ketika tahun 1992 *Media Indonesia* tertimpa krisis keuangan, PT *Indocater*lah (perusahaan katering) yang menjadi kasir sebagai juru selamat. Selain itu bisnis di bidang lainnya seperti perhotelan dan marmer dikuasainya.

Buku biografi itu pun menceritakan bahwa hampir sebagian besar hasil usahanya di bidang nonpers diinvestasikan untuk membangun *stasiun Metro TV*. Obsesi besar Surya adalah bagaimana membangun stasiun televisi berita 24 jam pertama di Indonesia. Sebuah mimpi yang terpendam cukup lama untuk melengkapi bisnis persnya di bidang surat kabar. Dalam tempo tiga bulan sejak *on air* pada 25 November 2000, stasiun televisinya itu mampu menayangkan siaran selama 18 jam setiap hari. Dan menjadi 24 jam mulai 1 April 2001.

Maka tak heran dengan kekuasaan seabrek, Surya memiliki pengaruh besar terhadap bawahan atau

bargaining lawan politiknya. Permasalahannya adalah ketika Surya memonopoli media, apakah tidak terjadi “hegemoni informasi”, suatu ketakutan yang sebenarnya telah bersarang sewaktu Orde Baru. Tapi alasannya jelas, dalam penelitian ini tidak bermaksud membatasi gerak Surya untuk berkibrah di dunia pers.

Dalam buku *Editorial Kehidupan Surya Paloh* di perjalanannya 50 tahun (1951-2001) pun menerangkan bagaimana strateginya menyinergikan dua institusi media. Sebagai contoh, sejak *Metro TV* resmi menayangkan siaran perdananya, Surya menginstruksikan redaksi *Media Indonesia* mengubah logo tersebut. Di tengah lingkaran huruf ‘O’ kata ‘Indonesia’ diberi kepala burung elang, sama melingkari huruf ‘O’ pada kata ‘Metro’ yang menjadi logo *Metro TV*.

Selain itu, Surya mewajibkan bagi seluruh karyawan *Media Indonesia* dan *Metro TV* mengenakan seragam kerja, baik di kantor ataupun pada saat liputan, dengan logo masing-masing media persis di atas saku kiri. Pun ketika melakukan peliputan Surya berkehendak agar para wartawan bisa bertukar informasi antara kedua media itu. Ini terlihat dari lokasi kedua kantor itu yang saling berdekatan. Langkah kecil yang telah dilakukannya adalah membawa naskah *Editorial Media Indonesia* dibacakan lewat stasiun televisinya agar lebih menimbulkan efek dramatisir.

Dari itu peneliti mencermati fenomena kepemilikan media Surya Paloh bekerja dalam bentuk ideologinya. Penulis mengajukan permasalahan tentang “Analisis Bahasa Kekuasaan pada Biografi 50 Tahun Perjalanan Surya Paloh” melalui pendekatan hermeneutika dalam biografi *Kehidupan 50 tahun Surya Paloh (1951-2001)*.

KAJIAN PUSTAKA

Studi ideologi selalu diasumsikan sebagai perekat hubungan sosial yang mengikat anggota masyarakat dengan menetapkan nilai-nilai dan norma-norma. Namun stabilitas masyarakat, menurut Thompson, tidak hanya bergantung pada konsensus yang berisi nilai-nilai dan norma-norma tertentu, tetapi juga pada ketidaksempurnaan konsensus dimana sikap-sikap yang saling bertentangan dalam tindakan politik.

Menurut Thompson, ideologi bukanlah bayangan tertentu dari dunia sosial, tetapi ia adalah bagian dari dunia itu sendiri, merupakan elemen yang kreatif dan konstitutif dalam kehidupan sosial. Kita juga harus mengakui bahwa ideologi dalam hal tertentu merupakan pelembagaan dalam masyarakat, dari sesuatu yang riil. Mempelajari ideologi berarti mempelajari dimana daya kreatif dan imajinasi dimaksudkan untuk memahami relasi-relasi sosial yang tidak simetris dengan pandangan organisasi kekuasaan.

Kita dapat berbicara tentang ‘dominasi’ ketika relasi kekuasaan yang terbangun ‘secara sistematis

bersifat asimetris’, yaitu ketika agen tertentu atau kelompok agen memiliki kekuasaan yang dijalankan dalam waktu yang lama dan menyingkirkan dalam beberapa tingkatan tertentu tidak dapat dicapai oleh agen dan kelompok agen yang lain, sehingga terlepas dari basis tempat dilakukannya penyingkiran itu.

Dalam membentuk suatu realitas tidak bisa dipungkiri peran bahasa sangat besar. Namun sebenarnya bahasa itu sendiri merupakan alat komunikasi yang netral dan kosong dalam dirinya sendiri. Hampir sama dengan media yang hanya berisi jika diisi pesan oleh pemakainya kepada pihak tertentu. “*Word don’t mean, people means,*” demikian yang dinyatakan oleh Jalaluddin Rahmat.

Mempelajari ideologi dalam beberapa hal dan cara, berarti mempelajari bahasa dalam kehidupan sosial. Hal ini berarti mempelajari cara-cara dimana beragam pengguna bahasa membaurkan dengan kekuasaan, memberi energi, menopang dan bertindak dengan bahasa. Bahasa, baik pilihan kata maupun struktur gramatikal, dipahami sebagai pilihan, mana yang dipilih oleh seseorang untuk diungkapkan membawa makna ideologi tertentu.

Bahasa telah dipakai untuk mendominasi terhadap orang lain. Artinya adalah dengan kompetensi tertentu dengan pengguna bahasa ideal memaksa untuk menyimpulkan rentetan tak terbatas kalimat-kalimat yang secara gramatikal terbentuk dengan bagus. “Membicarakan ‘bahasa’ tanpa ketelitian lebih lanjut, sebagaimana dilakukan para ahli bahasa, secara tidak langsung menerima definisi resmi dari bahasa resmi unit politik,” tulis Bourdieu.

Bahasa adalah sarana prinsipil ideologi, karena terutama melalui bahasa makna dimobilisasi dalam dunia sosial. Cerita-cerita dikisahkan dengan keagungan mereka yang memiliki kekuasaan dan berusaha melanggengkan *status quo*: seperti diamati Barthes bahwa terdapat keterkaitan yang amat dalam antara ideologi dan mitos. Bahasa tidak hanya bersifat sederhana dan membingungkan: ia juga memberikan pada individu-individu satu sistem klasifikasi. Sebagai satu alat klasifikasi, bahasa menentukan tatanan dunia, mempermudah kontrol individu terhadap perubahan ekspresi yang terus menerus serta mempermudah kontrol masyarakat terhadap konsepsi masyarakat.

Cara Kerja Ideologi ala Thompson

Thompson membedakan lima model umum cara kerja ideologi dengan kemungkinan keterkaitannya *strategi konstruksi simbol*: ‘legitimasi’, ‘penipuan’, ‘unifikasi’, ‘fragmentasi’, dan ‘reifikasi’. Biografi *Editorial Kehidupan Surya Paloh* juga menggunakan strategi konstruksi simbol untuk menyembunyikan realitas tertentu pada pembaca. Oleh karena penulis akan menggunakan lima model cara kerja ideologi ala Thompson ini sebagai pisau analisis. Tabel 1 menunjukkan beberapa cara mengaitkan model tersebut dengan variasi strategi konstruksi simbol.

Tabel 1. Model-model Cara Kerja Ideologi

MODEL UMUM KONSTRUKSI SIMBOL	BENTUK STRATEGI
Legitimasi	Rasionalisasi Universalisasi Narativisasi
Penipuan	Pemindahan Eufemisasi Kiasan (seperti sinekdok, metonimi, metafor)
Unifikasi	Standarisasi Simbolisasi dari Kesatuan
Fragmentasi	Diferensiasi Ekspurgasi yang lain
Reifikasi	Naturalisasi Eternalisasi Nominalisasi/pasivisasi

Kita mulai dengan memahami *legitimasi*. Relasi dominasi dapat dibangun dan dilestarikan, seperti dikatakan Max Weber, melalui legitimasi yaitu melalui kepatuhan dan kelayakan dukungan. Relasi dominasi memiliki legitimasi apabila mengandung *klaim legitimasi* yang didasarkan dengan menggunakan bentuk simbol tertentu dan dalam kondisi tertentu bersifat lebih atau kurang efektif.

Selanjutnya strategi *rasionalisasi*, menurut Thompson di situ sang pembuat bentuk simbol mengonstruksi serangkaian pemikiran yang berusaha mempertahankan dan menjustifikasi seperangkat relasi atau institusi sosial. Dengan demikian membujuk audiens agar dapat memberikan dukungan yang sepatutnya.

Dalam strategi *universalisasi* institusi yang dibangun untuk kepentingan kelompok tertentu dikatakan sebagai melayani kepentingan semua (umum), dan bentuk institusi yang semacam itu lalu ditanggapi terbuka bagi siapapun yang memiliki kemampuan dan kecenderungan untuk terlibat di dalamnya.

Klaim legitimasi menurut Thompson dapat juga diekspresikan melalui strategi *narativisasi*: klaim yang dimasukkan dalam cerita-cerita yang mengisahkan masa lalu dan menganggap hari ini merupakan bagian dari tradisi yang harus dihargai terus menerus. Pada gilirannya tradisi itu terkadang *dibuat-buat* yang dimaksudkan untuk menciptakan rasa memiliki terhadap komunitas dan sejarah serta melupakan pengalaman konflik, perbedaan dan perpecahan.

Modus operandi ideologi yang kedua versi Thompson adalah penipuan (*dissimulation*). Relasi dominasi dapat dibangun dan dipelihara dengan cara disembunyikan, diingkari atau dikaburkan, atau dihadirkan dengan cara mengalihkan perhatian atau memberikan penjelasan terhadap relasi atau proses yang sedang berlangsung.

Salah satu strategi tersebut adalah *displacement* (penggantian/pemindahan): sebuah istilah yang

biasanya digunakan untuk mengacu pada satu objek atau individu namun kemudian dialihkan pada objek atau individu yang lain. Strategi lain yang memungkinkan terjadinya penipuan relasi sosial adalah *eufemisasi*: tindakan, institusi atau relasi sosial yang digambarkan ulang berdasarkan istilah yang memperoleh nilai positif.

Ideologi yang berfungsi penipuan dapat diekspresikan melalui strategi lain di bawah label umum *kiasan*. Kiasan yang dimaksudkan oleh Thompson adalah penggunaan perlambang bahasa, atau lebih umumnya, bentuk simbol. Di antara bentuk kiasan yang paling umum adalah sinekdok, metonimi, dan metafor, semuanya dapat digunakan untuk menyembunyikan relasi dominasi.

Modus operandi ideologi ala Thompson yang ketiga adalah *unifikasi*. Relasi dominasi dapat dibangun dan dilestarikan dengan cara mengonstruksi, pada tatanan simbol, bentuk penyatuan yang membawahi individu-individu dalam satu identitas kolektif serta tidak mentolelir perbedaan dan perpecahan yang dapat memisahkan mereka.

Strategi yang diambil oleh Thompson ialah *standarisasi*. Bentuk simbol disesuaikan dengan kerangka dasar yang menjadi basis bagi perubahan simbol yang ditawarkan dan dapat diterima. Strategi ini diikuti, misalnya, oleh otoritas negara yang ingin mengembangkan bahasa nasionalnya dalam konteks kelompok masyarakat yang berbeda secara bahasa.

Strategi konstruksi simbol lain adalah *simbolisasi* dari *kesatuan*. Dalam strategi ini penciptaan identitas kolektif secara terus menerus dikokohkan. Strategi ini meliputi kesatuan untuk menciptakan identitas kolektif, dan identifikasi yang menggabungkan sebuah kelompok atau pluralitas kelompok.

Model cara kerja ideologi yang keempat adalah *fragmentasi*. Relasi dominasi di sini oleh Thompson ditegakkan tidak dengan menyatukan individu dalam kolektivitas, tapi dengan mengkotak-kotakkan individu dan kelompok tersebut yang mungkin memiliki

kemampuan untuk melawan kelompok yang dominan, atau dengan mengorientasikan kekuatan kelompok yang berlawanan untuk menghadapi sasaran yang dinyatakan sebagai *jahat*, *membahayakan* dan *mengancam*.

Kemudian bentuk strategi simbol berikutnya adalah *diferensiasi*, yaitu menekankan ketidak-samaan, perbedaan dan pertentangan di antara individu dan kelompok. Karakteristik yang memisahkan dan mencegah mereka untuk membentuk upaya yang efektif dalam membangun relasi yang ada atau dalam berpartisipasi aktif dengan menjalankan kekuasaan.

Strategi berikutnya yang mengikuti adalah *ekspurgasi* terhadap yang lain. Artinya adalah penghilangan sesuatu yang secara moral dianggap bahaya. Hal ini meliputi konstruksi musuh, dengan atau tanpa, dilukiskan sebagai jahat, berbahaya atau mengancam serta meliputi individu secara kolektif berusaha melakukan resistensi atau menghilangkan yang lain.

Modus operandi yang kelima adalah *reifikasi* (*reification*): relasi dominasi dapat dibangun dan dipelihara dengan menunjukkan kesementaraan hubungan kesejarahan yang selama ini dianggap permanen, natural dan abadi. Ideologi yang berfungsi sebagai reifikasi dengan demikian mencakup eliminasi atau pengaburan karakter fenomena sosial-historis, atau meminjam pendapat Calude Lefortia meliputi upaya penegakan kembali dimensi masyarakat “tanpa sejarah” pada setiap inti masyarakat historis.

Model kerja ideologi Thompson kali ini dapat diekspresikan melalui bentuk simbol dengan menggunakan strategi *naturalisasi*. Hubungan yang di dalamnya kreasi sosial dan historis diperlakukan sebagai peristiwa yang lazim atau sebagai hasil pasti dari sesuatu yang bersifat alamiah. Strategi yang hampir sama disebut dengan *eternalisasi*: fenomena sosial-historis dihilangkan karakter historisnya dengan cara selalu digambarkan sebagai bersifat permanen, tidak berubah dan berulang.

Ideologi yang berfungsi sebagai reifikasi menurut Thompson dapat juga diekspresikan melalui variasi gramatikal dan sintaktik, seperti *nominalisasi* dan *pasivasi*. Nominalisasi terjadi ketika kalimat atau bagian kalimat, deskripsi tindakan dan seluruh partisipan yang ada di dalamnya berubah menjadi kata benda. Pasivasi terjadi ketika kata kerja dialihkan menjadi bentuk pasif, seperti ketika kita mengatakan ‘si tersangka sedang diperiksa’ selain ‘polisi sedang memeriksa si tersangka’. Nominalisasi dan pasivasi menghilangkan aktor dan agensi serta cenderung menghasilkan proses sebagai peristiwa yang mengambil tempat pada tiadanya sang subyek yang menghasilkan keduanya (nominalisasi dan pasivasi).

METODE PENELITIAN

Banyak alasan ketika penulis harus menggunakan metodologi penelitian kualitatif sebagai sebuah pendekatan. Salah satu aspek terpenting dari pendekatan ini adalah lebih mementingkan proses, yaitu sebuah keniscayaan dari komunikasi sebagai

suatu proses yang telah diterima secara luas. Selain memberikan keleluasaan berinteraksi dengan subyek yang diteliti, metodologi kualitatif sebagai suatu proses memandang peristiwa-peristiwa dan hubungan-hubungan sebagai dinamik, selalu berubah dan berkesinambungan. Sebagaimana dikatakan Tucker proses adalah suatu interaksi berkesinambungan dari sejumlah besar faktor, dimana setiap faktor mempengaruhi setiap faktor yang lainnya, semuanya pada saat yang sama.

Menurut Tucker pandangan ini atas komunikasi mempunyai implikasi serius bagi penelitian. Ketika kita melakukan penelitian, kita terbiasa terikat pada asumsi kausalitas linier. Kita berusaha menemukan dan mengabsahkan hubungan sebab-akibat. Dengan mendefinisikan komunikasi sebagai proses, kita seharusnya tidak menganut kausalitas linier atas peristiwa-peristiwa.

Penulis juga menyadari bahwa apapun metodologinya tetap memiliki keterbatasan, seperti yang dinyatakan Dedy Mulyana bahwa suatu persepektif bersifat terbatas, dan mengandung bias, karena hanya memungkinkan manusia melihat satu sisi saja dari realitas “di luar sana”. Dengan kata lain, tidak ada persepektif yang memungkinkan manusia dapat melihat semua aspek realitas secara simultan.

Penelitian ini menghasilkan data persepektif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Sehingga dalam penelitian ini penulis tidak melakukan pengisolasian diri atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan.

Analisa ideologi juga termasuk pendekatan kritis. Salah satu kriteria yang berlaku bagi sebuah studi kritis adalah sifat holistik dan kontekstual. Kualitas suatu analisis ideologi kritis akan selalu dinilai dari segi kemampuan untuk menempatkan teks dalam konteksnya yang utuh, holistik, melalui pertautan antara analisis pada jenjang teks dengan analisis terhadap konteks pada jenjang-jenjang yang lebih tinggi.

Penulis ingin sedikit mengulas tentang pemakaian kerangka hermeneutika-mendalam yang disarankan oleh Thompson untuk menemukan suatu karakter ideologis dari suatu teks. Dalam postulat Thompson ini lebih memfokuskan pada teks sebagai bentuk relasi dominasi yang bukan untuk menemukan benar atau salah tetapi menemukan relasi kekuasaan. Yaitu dengan mengacu pada skema lima model umum cara kerja ideologi—legitimasi, *dissimulation* (penipuan), unifikasi, fragmentasi, dan *reification* (konkritisasi) dari Thompson ini akan digunakan oleh penulis sebagai pisau analisis.

Alasan ini dipilih karena interpretasi ideologi menerapkan fase yang berbeda dalam pendekatan hermeneutika-mendalam selain menganalisa kontekstualisasi sosial dan pembentukan makna bentuk-bentuk simbol; dengan memfokuskan pada aspek ideologis bentuk-bentuk simbol pendekatan

tersebut memiliki sesuatu yang berbeda, yaitu perubahan kritis.

PEMBAHASAN

1. Dimensi Legitimasi

Dimensi legitimasi melihat bagaimana makna melakukan pengakuan yang ditunjukkan oleh suatu teks. Politik bahasa digunakan oleh Surya terutama untuk menciptakan legitimasi kekuasaan. Legitimasi itu bekerja dalam parafrase yang hampir di setiap bab memiliki keserupaan dengan bahasa yang sama. Legitimasi secara spesifik bisa dilihat sebagai suatu proses untuk menampilkan realitas hubungan atau distribusi kekuasaan tertentu sebagai suatu realitas yang menurut akal memang sewajarnya demikian.

Dalam biografi Surya, makna pengakuan itu dapat diamati dengan melihat hubungan antar kalimat, proposisi yang membentuk makna tertentu dalam bangunan teks secara keseluruhan. Strategi wacana dalam level legitimasi menekankan sisi tertentu kepada khalayak. Ada berbagai strategi wacana dalam level legitimasi ini, seperti: memberikan rasionalisasi, universalisasi, narativisasi, menyembunyikan informasi tertentu yang dapat mempengaruhi pengalaman khalayak atas teks. Berikut ini diuraikan bagaimana makna yang ingin ditampilkan dalam biografi 50 tahun Surya Paloh.

a. Strategi Rasionalisasi

Rasionalisasi merupakan elemen yang dapat mempengaruhi dimensi legitimasi yang ingin ditampilkan. Seorang komunikator ketika menyampaikan pendapat biasanya memberikan rasionalisasi untuk menegaskan bahwa ini merupakan pernyataan tegas yang mengklaim dengan menyatakan sesuatu itu benar. Dalam mengungkapkan pernyataan yang tegas seorang komunikator memunculkan klaim, secara implisit maupun eksplisit, bahwa pernyataan yang diutarakan itu benar.

Dalam biografi Surya Paloh, ideologi penting kebebasan pers muncul diantaranya lewat pemberian rasionalisasi. Rasionalisasi yang dipakai terutama rasionalisasi dengan dua cara: membuat hubungan sebab akibat (kausalitas) atau membuat prinsip tertentu (*appeals to principle*). Hubungan sebab akibat yang banyak ditemui dalam biografi Surya Paloh adalah sumber penghambat kebebasan pers. Seperti tercermin dalam kutipan di bawah ini:

“Dengan menguasai pengelolaan 13 penerbitan pers secara nasional, **sulit bagi siapa pun untuk meragukan eksistensi Surya sebagai publisher**”. (Biografi Surya Paloh 2001 : 38. Cetak tebal dari penulis).

Dengan memberikan latar kesuksesan Surya di bidang pers, komunikator mengklaim bahwa Surya adalah seorang *publisher* yang kuat meneguhkan nilai-nilai kebebasan pers. Kisah heroik ini digambarkan dengan Surya yang menguasai 13 penerbitan pers secara nasional. Teknik rasionalisasi ini melemahkan pembaca untuk melihat realitas sebenarnya. Tidak

dipungkiri konflik-konflik dan perpecahan yang Surya dapat sebagai buah kesalahannya. Oleh karena ia mencoba menciptakan massa yang ahistoris dan terlepas dari perbedaan persepsi terhadapnya. Implisit ditekankan bahwa Surya melegitimasi wacana sebagai penguasa media yang berambisi jadi ‘raja media’.

b. Strategi Universalisasi

Apakah peristiwa atau fakta yang dipahami secara subjektif oleh komunikator itu ditampilkan seolah-olah dilakukan oleh semua orang. Bangunan subjektivitas dari peristiwa tersebut seolah membuka bagi kalangan manapun yang merasa terlibat di dalamnya. Biografi Surya Paloh memakai prinsip-prinsip ini untuk menekankan keberhasilan dan kegagalan Surya dalam memperjuangkan kebebasan pers. Seperti kutipan berikut di bawah ini:

“Kegigihan Surya untuk mendorong tumbuhnya solidaritas di kalangan insan pers ini bukanlah sekadar isapan jempol. Apalagi kalau solidaritas itu untuk mewujudkan independensi pers. Dalam keadaan apapun, **ia bisa tampil paling depan**. Fikri Jufri, termasuk yang merasakan solidaritas di kalangan insan pers.

Strategi narativisasi. Seorang komunikator dalam mengemukakan pendapat biasanya menyampaikan cerita-cerita masa lalu sekaligus dengan pendapatnya. Cerita yang dipilih menentukan ke arah mana pandangan khalayak hendak dibawa. Dalam biografi Surya Paloh, ideologi penting kebebasan pers muncul diantaranya dengan pemakaian narativisasi historis. Narativisasi umumnya ditampilkan diawal sebelum pendapat komunikator yang sebenarnya muncul dengan maksud mempengaruhi dan memberi kesan bahwa pendapat komunikator sangat beralasan.

“Dalam waktu singkat, **ia mampu mengukuhkan eksistensinya sebagai publisher**. Sulit bagi masyarakat pers lainnya **untuk tidak mengakui eksistensi Surya** dalam dunia pers”. (Biografi Surya Paloh 2001:423. Cetak tebal dari penulis)

Pada kutipan di atas komunikator berusaha melegitimasi wacana dengan memberikan citra bahwa Surya adalah seorang *publisher* yang paling berhasil. Dengan mengambil *setting* cerita masa lalu yang ‘agung’ memposisikan Surya pengusaha di bidang pers paling sukses. Dimana kebiasaan ini menuntut penghargaan yang lebih pada pembaca secara terus menerus. Di sini terlihat sisi ideologis komunikator dengan mengemukakan istilah “raja pers” yang di sana Surya mendapat posisi tidak menyukai istilah itu karena cenderung bermakna negatif.

2. Dimensi Penipuan (*Dissimulation*)

Dimensi ini berhubungan dengan pertanyaan bagaimana cara komunikator menyampaikan pendapat. Dimensi ini terutama dipakai oleh komunikator untuk memberi tekanan tertentu terhadap isi teks. Tekanan itu dipakai agar makna yang dikehendaki oleh komunikator sampai kepada khalayak.

Ada berbagai cara yang dapat dilakukan komunikator agar makna yang dikehendakinya sampai

ke khalayak: dengan menggunakan teknik pemindahan objek cerita kepada objek lain atas kalimat tertentu yang ingin ditonjolkan, dengan menggunakan penghalusan kata atau eufemisme, dengan menggunakan bahasa kiasan dengan mengutip metafor tertentu sehingga pesan menjadi lebih berdaya guna dan mempunyai klaim kebenaran ketika diterima khalayak. Biografi Surya Paloh juga memakai dimensi penipuan, seperti yang akan diuraikan di bawah ini.

“Pandangan politiknya yang sangat menjunjung tinggi nilai-nilai demokrasi itulah yang mewarnai sikap dan kebijakan Surya ketika terjun dalam dunia pers”. (Biografi Surya Paloh 2001:25)

Elemen **pemindahan kalimat** di atas ditandai oleh pencampuran frase, jargon, slogan dalam satu kalimat sehingga makna kalimat bukan menjadi jelas tetapi justru membingungkan. Biografi Surya Paloh secara sengaja menggunakan kata-kata yang berbelit-belit yang secara semantik tidak mengacu kepada realitas yang dimaksudkan—mencerminkan suatu pemakaian bahasa yang sangat tidak komunikatif. Ada suatu kenikmatan atas ketidaktahuan orang lain ketika harus menjelaskan sesuatu yang pada dasarnya tidak bermakna.

Berikutnya adalah **eufemisme** atau penghalusan makna. Makna yang kasar, brutal, bombastis, disembunyikan di balik proses eufemisme. Eufemisme banyak dipakai dalam biografi Surya Paloh. Realitas tidak diberikan secara transparan terutama apabila realitas itu tidak menguntungkan Surya Paloh—tetapi dibungkus dengan kata-kata yang lebih halus. Ada banyak contoh tentang proses ini: tindakan Surya memecat para bawahannya digambarkan sebagai “muatasi karyawan”; hasrat kekuasaan Surya atas bentuk visi misi media yang akan ditampilkannya digambarkan sebagai “keinginan bos”, “profesional”, atau “konsolidasi perusahaan” dan sebagainya. Kata eufemistik yang ditemukan dalam biografi Surya Paloh:

“Saya meyakini **konsolidasi perusahaan** merupakan sesuatu yang sangat mutlak saat ini.” (Biografi Surya Paloh 2001:356. Cetak tebal dari penulis)

“Mendengar hal itu para wartawan tampak terpaku. Mereka sepertinya memperoleh jawaban tentang isu yang beredar dalam satu pekan terakhir, mengenai **rencana mutasi** di jajaran redaksi.

a. Sinek dok

Strategi kiasan ini meliputi peleburan sebagian atau keseluruhan semantik. Seorang komunikator biasanya menggunakan sebuah istilah dimaksudkan untuk mengacu pada bagian tertentu selain keseluruhannya, atau mengacu pada keseluruhan selain pada sebagiannya. Teknik yang semacam ini dapat menyembunyikan relasi sosial dengan cara mengaburkan dan membalikkan relasi antara kolektivitas dengan bagiannya, antara kelompok yang lebih kecil dengan bentuk sosial dan politik yang lebih luas. Seperti pada kutipan di bawah ini:

“Tak heran bila ada kalangan yang beranggapan, **Prioritas adalah pengakuan pemerintah atas**

pengabdian Surya pada bangsa dan negara, walau pengabdian itu cuma kecil, sekaligus cap Surya sebagai seorang ‘pembangkang’ atau ‘pengkhianat’”. (Biografi Surya Paloh 2001:32. Cetak tebal dari penulis)

Istilah Surya memiliki “pengakuan” dan “pengabdian” pada bangsa dan negara dimaksudkan untuk mengacu pada sosoknya sebagai pahlawan yang kukuh terhadap nilai-nilai kebebasan pers meskipun korannya dibredel oleh rezim Orde Baru. Teks itu sengaja menampilkan citra Surya yang baik dengan memposisikan Surya sebagai pahlawan yang banyak mengalami benturan dan pembredelan.

Realitas disembunyikan di sini, ketika teks tidak mengungkap apa penyebab Surya dicap sebagai ‘pembangkang’ atau ‘pengkhianat’ yang seolah mencerminkan kesalahan semuanya ada pada pemerintah. *Credit point* yang digambarkan seolah benar-benar melekat pada Surya, lalu “gugur” setelah Surya memposisikan sebagai pahlawan kebebasan pers. Dengan kata gugur seolah Surya adalah pahlawan sebenarnya.

b. Metonimi

Kiasan ini meliputi penggunaan istilah yang dimaksudkan sebagai pemberian atribusi, kata tambahan atau ciri yang berhubungan dengan benda yang maknanya dimaksudkan untuk mengacu pada benda itu sendiri, sekalipun pada dasarnya tidak perlu menghubungkan antar istilah yang akan menjadi acuan tersebut.

“Di mata Surya, **burung elang itu bisa terbang bebas sendiri**, maupun terbang bebas bersama-sama dengan burung lainnya, menjelajahi alam yang penuh dengan pesona dan tantangan”.

Pada kutipan di atas menjelaskan keunggulan burung elang sebagai cermin dari Surya. Ditambah sosok Surya yang sangat menyukai burung elang hingga ia menjadikannya logo *Media Indonesia*, *Metro TV*, dan kapalnya *Obsession*. Sebenarnya tak ada hubungan yang tegas antara pemaknaan burung elang dengan posisi Surya dalam teks itu. Implisit diterangkan bahwa keterkaitan Surya, burung elang, dan media yang dimilikinya menacapkan citra positif pada audiens.

c. Metafor

Kiasan ini adalah perangkat bahasa yang menerangkan sesuatu yang tidak dikenal dengan mengidentifikasikannya dengan sesuatu yang langsung, jelas dan dikenal. Dalam pembicaraan politik, metafora meminta perhatian kepada hasil-hasil yang diinginkan dari suatu kebijakan yang direncanakan, sementara akibat-akibat yang merugikan disembunyikan. Penguasa secara aktif memproduksi dan mereproduksi konsep-konsep dan pengertian-pengertian yang bisa mengerem dan menurunkan emosi masyarakat sewaktu berhadapan dengan realitas tertentu yang tidak cocok dengan pandangannya.

“Bagaimanapun, suatu peringatan, apalagi peringatan terakhir, merupakan **cambuk** untuk lebih berhati-hati. **Kami tahu diri**. Persoalannya, **apakah**

kita semua tahu diri?” (Biografi Surya Paloh 2001:405. Cetak tebal dari penulis).

3. Dimensi Unifikasi

Dimensi unifikasi melihat bagaimana makna teks biografi kehidupan dalam tataran simbol yang berusaha menyatukan individu dalam kolektif. Simbol-simbol penyatuan yang dipakai Surya Paloh dalam biografinya menunjukkan sikap dan ideologi tertentu. Peristiwa dilabeli dan dimaknai dengan bahasa tertentu sesuai dengan kepentingan Surya. Sehingga jika ada perbedaan dan perpecahan yang dapat memisahkan atau mengancam kekuasaannya tidak bisa ditoleleir.

a. Strategi Standarisasi

Elemen standarisasi dipakai oleh komunikator dalam mengungkapkan gagasannya. Karenanya standarisasi menunjukkan sisi ideologis dari komunikator. Komunikator menggunakan bahasa sebagai alat untuk menyampaikan pendapatnya. Pendapat dan gagasannya terwujud dalam makna kata-kata yang menjadi pilihannya. Ini tidak lain untuk mencapai kepentingannya yang mencerminkan sisi ideologis penulis. Bentuk bahasa disesuaikan dengan kerangka dasar bagi perubahan simbol guna mencapai kesamaan ketimbang perbedaan. Seperti yang terlihat dalam kutipan di bawah ini:

“Dalam waktu singkat, ia mampu **mengukuhkan eksistensinya sebagai *publisher***. Sulit bagi masyarakat pers lainnya untuk tidak mengakui eksistensi Surya dalam dunia pers”. (Biografi Surya Paloh 2001:423. Cetak tebal dari penulis)

Standarisasi simbol dari komunikator dapat melemahkan ketajaman kritis dari pembaca. Istilah “mengukuhkan eksistensinya sebagai *publisher*” lebih disukai ketimbang Surya “melanggengkan kekuasaannya” sebagai penguasa media. Kemudian istilah ini disandingkan dengan kata-kata “*raja pers baru*” untuk melegitimasi kekuasaannya dan berupa pengakuan pada pers daerah terhadap kekuasaan Surya. Implisit ditekankan bahwa Surya adalah penguasa media yang siapa pun harus mengakuinya. Kenyataan ini menyembuyikan relasi dominasi yang ada di dalamnya.

b. Strategi Simbolisasi dari Kesatuan

Strategi ini memiliki fungsi yang hampir sama dengan proses narativisasi, sebagai simbol kesatuan yang menjadi bagian integral dari sebuah narasi awal yang menceritakan sejarah bersama dan menggambarkan nasib kolektif. Dalam strategi ini penciptaan identitas kolektif secara terus menerus dikokohkan. Strategi ini meliputi kesatuan untuk menciptakan identitas kolektif, dan identifikasi yang menggabungkan sebuah kelompok atau pluralitas kelompok.

“Bagi Surya, perubahan logo tersebut bukan saja memiliki arti filosofis, melainkan juga **mencerminkan kehendaknya**. Bahwa kedua institusi media, bukan saja harus bersikap independen, lebih dari itu harus dapat **bersinergi** secara optimal.

4. Dimensi Fragmentasi

a. Strategi Diferensiasi

Relasi dominasi yang disembunyikan dapat dilihat dari komunikator yang menekankan pada aspek pertentangan tertentu. Citra yang baik dapat diraih dengan mengonstruksi lawan yang digambarkan salah atau buruk. Strategi diferensiasi di sini dimaksudkan untuk mencegah kelompok atau individu lain yang bisa mengancam komunikator dalam menjalankan kekuasaannya. Dengan memberi label tertentu terhadap sekelompok orang atau institusi lain, ia mempunyai citra yang buruk dan dibenci oleh masyarakat.

Label yang dilekatkan itu sering membuat citra diri mereka yang asli sirna, digantikan citra diri baru yang diberikan orang lain. Dampak pelabelan itu jauh lebih hebat dan tidak berhubungan dengan kebenaran penjulukan tersebut, terutama bagi orang yang mempunyai posisi lemah, rakyat jelata misalnya. Benar atau salah, pelabelan itu dan reaksi yang diberikan obyek yang dilabeli terhadap orang lain “membenarkan” pelabelan tersebut.

“Pers nasional adalah **pers yang manggut-manggut** kepada kepentingan penguasa. Pers yang telah kehilangan jati diri, kehilangan komitmen, dan kehilangan peranannya sebagai pers nasional. Pers yang enggan melawan tirani pemerintah, atau tidak berdaya melawan arogansi kekuasaan.

b. Strategi Ekspurgasi

Strategi ini biasanya selalu bertentangan dengan strategi yang diorientasikan sebagai unifikasi. Dalam ekspurgasi musuh dianggap sebagai tantangan atau ancaman dengan penonjolan segala perbedaannya. Sedangkan unifikasi dalam menghadapi hal tersebut individu-individu harus menyatu. Pemakaian strategi ekspurgasi yang lain ini meminta perhatian dan dukungan lebih dari pembaca.

“Saya dianggap bukan orang pers,” ujarnya. Sepertinya, pers itu adalah komunitas yang sakral. Mereka menganggap dirinya **paling eksklusif, paling bersih, paling kuat, dan punya solidaritas yang tinggi**,” tuturnya.” (Biografi Surya Paloh 2001:29. Cetak tebal dari penulis)

5. Dimensi Reifikasi

Dalam model kerja ideologi reifikasi proses peristiwa digambarkan sebagai kesementaraan hubungan kesejarahan yang dianggap alamiah. Peristiwa ini dimaknai oleh komunikator sebagai peristiwa lazim yang biasa terjadi. Proses tersebut digambarkan sebagai benda atau peristiwa dan jenis kebiasaan tertentu, dengan demikian ia kehilangan karakter sosial dan historisnya. Dimensi ini meliputi pengaburan karakter fenomena sosial-historis, atau membentuk masyarakat ‘tanpa sejarah’ yang ahistoris.

a. Strategi Naturalisasi

Lebih daripada eufemisme, naturalisasi dapat menjungkirbalikkan pemahaman lazim masyarakat atas kenyataan yang ditunjuk oleh kata/istilah tersebut.

Kata berbau naturalisasi ditemukan dalam biografi Surya Paloh diantaranya:

“Tak jarang ada pihak-pihak di dalam lingkaran kekuasaan yang ‘kebakaran jenggot’ setelah membaca rubrik ini, sehingga turut **memperpanjang daftar dosa-dosa Prioritas** di mata pemerintah.”

b. Strategi Eternalisasi

Modus kerja ideologi dari reifikasi dapat pula dijalankan melalui strategi eternalisasi. Strategi ini bekerja dengan berusaha menghilangkan karakter historisnya dalam fenomena sosial-historis, dimana suatu peristiwa atau proses digambarkan berulang dan bersifat permanen (tidak berubah).

“Prinsip untuk menegaskan independensi pers, memang merupakan keputusan final Surya yang tak dapat diusik oleh siapa pun, termasuk penguasa. Baik pada **era reformasi** maupun pada masa **Orde Baru**, Surya tak pernah bersikap kompromi terhadap independensi pers. Banyak romantika yang ia lalui untuk **menegakkan** independensi *Media Indonesia*. Romantika itu turut **memberikan sumbangan** yang berarti bagi perkembangan pers nasional.

c. Strategi Nominalisasi dan Pasivasi

- **Nominalisasi** adalah strategi dengan mengubah kata kerja menjadi kata benda (nominal). “**Penyeragaman** busana kerja ini merupakan salah satu usaha Surya untuk membangun identitas, bahwa kedua institusi media ini berada dalam satu grup usaha.” (Biografi Surya Paloh 2001:354. Cetak tebal dari penulis).

“Pers harus mampu melakukan **pendidikan politik** terhadap pembacanya.” (Biografi Surya Paloh 2001:396. Cetak tebal dari penulis)

Pada kutipan pertama dan kedua, nominalisasi dipakai untuk memberikan kesan generalisasi—begitu banyak yang telah dilakukan Surya untuk membenahi wartawan dan dunia pers nasional. Kata “penyeragaman” dan “pendidikan” lebih memberikan citra usaha yang intensif dan terus menerus dibandingkan kata “menyeragamkan” atau “mendidik”.

- **Pasivasi** adalah strategi komunikator apabila sesuatu yang diterangkan bermakna negatif, maka struktur kalimat diubah menjadi pasif. Sehingga sesuatu yang negatif itu diletakkan pada posisi di belakang pada frase atau kalimat. Kalimat berikut menunjukkan pemakaian bentuk kalimat pada biografi Surya Paloh:

“Banyak romantika yang ia lalui untuk **menegakkan** independensi *Media Indonesia*. Romantika itu turut **memberikan** sumbangan yang berarti bagi perkembangan pers nasional.” (Biografi Surya Paloh 2001:443. Cetak tebal dari penulis).

Dengan menempatkan Surya sebagai subyek, secara implisit kalimat itu menekankan peran dan arti Surya yang begitu besar bagi pers nasional. Makna seperti itu tidak akan terjadi, kalau struktur kalimatnya diubah menjadi pasif: “Sumbangan perkembangan pers nasional turut diberikan dalam romantika Surya”. Atau juga dengan kalimat: “Independensi *Media Indonesia* ditegakkan dalam romantika Surya”. Di sini yang menjadi sentral pembicaraan adalah pers nasional atau independensi *Media Indonesia* dan bukan lagi Surya.

KESIMPULAN

Dari seluruh uraian dan analisis terhadap biografi Surya Paloh, sedikit-tidaknyanya muncul tiga signifikansi. *Pertama*, kebebasan pers adalah syarat mutlak bagi terciptanya iklim demokratisasi. Lewat biografi ditekankan bahwa kebebasan pers adalah perjuangan Surya yang terus menerus dilakukan untuk menciptakan demokrasi. *Kedua*, kebebasan pers ini disertai dengan citra buruk pemerintah Orde Baru dan organisasi pers pemerintah yang melarang kepemilikan silang media dan membredel korannya. Citra ini diketengahkan dengan menjabarkan deretan kisah heroik Surya yang disajikan dengan prestasi Surya. *Ketiga*, lewat biografinya, Surya juga menekankan pentingnya fungsi pers sebagai pendidikan. Pendidikan pers yang bisa sebagai alat untuk menjalankan kekuasaannya. Ditekankan bahwa kebebasan pers yang bertanggung jawab dapat dilakukan apabila fungsi pendidikan dari pers dapat dijamin oleh pemerintah Orde Baru.

Signifikansi itu didukung oleh kalimat, parafrase, kata tertentu untuk mendukung sisi ideologis Surya. Kalimat, parafrase, kata, gaya tertentu itu membentuk pola tertentu yang sama antara bab dalam biografi. Kalau diringkas, maka pola biografi Surya Paloh itu dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 2. Ringkasan Pola Biografi Surya Paloh

STRATEGI IDEOLOGI	CONTOH PEMAKAIAN
- Rasionalisasi	“Dengan menguasai pengelolaan 13 penerbitan pers secara nasional, sulit bagi siapa pun untuk meragukan eksistensi Surya sebagai <i>publisher</i>..... ” (Biografi Surya Paloh 2001:38. Cetak tebal dari penulis)
- Universalisasi	“.....Dalam keadaan apa pun, ia bisa tampil paling depan. Fikri Jufri, termasuk yang merasakan solidaritas di kalangan insan pers.
- Narativisasi	“Dalam waktu singkat, ia mampu mengukuhkan eksistensinya sebagai <i>publisher</i>. Sulit bagi masyarakat pers lainnya untuk tidak mengakui eksistensi Surya dalam dunia pers.” (Biografi Surya Paloh 2001:423. Cetak tebal dari penulis)
- Pemindahan	“Pandangan politiknya yang sangat menjunjung tinggi nilai-nilai demokrasi itulah yang mewarnai sikap dan kebijakan Surya ketika terjun dalam dunia pers.” (Biografi Surya Paloh 2001 : 25)
- Eufemisasi	“Saya meyakini konsolidasi perusahaan merupakan sesuatu yang sangat mutlak saat ini.” (Biografi Surya Paloh 2001:356. Cetak tebal dari penulis)
- Sinekdoch	“Tak heran bila ada kalangan yang beranggapan, Prioritas adalah pengakuan pemerintah atas pengabdian Surya pada bangsa dan Negara..... ” (Biografi Surya Paloh 2001:32. Cetak tebal dari penulis)
- Metonimi	“Di mata Surya, burung elang itu bisa terbang bebas sendiri , maupun terbang bebas bersama-sama dengan burung lainnya, menjelajahi alam yang penuh dengan pesona dan tantangan.
- Metafor	Kami tahu diri. Persoalannya, apakah kita semua tahu diri? ” (Biografi Surya Paloh 2001:405. Cetak tebal dari penulis)
- Standarisasi	“Dalam waktu singkat, ia mampu mengukuhkan eksistensinya sebagai <i>publisher</i>. ” (Biografi Surya Paloh 2001:423. Cetak tebal dari penulis)
- Simbolisasi dari Kesatuan	“.....melainkan juga mencerminkan kehendaknya. Bahwa kedua institusi media, bukan saja harus bersikap independen, lebih dari itu harus dapat bersinergi secara optimal.
- Diferensiasi	“Pers nasional adalah pers yang manggut-manggut kepada kepentingan penguasa.”
- Ekspurgasi	“Saya dianggap bukan orang pers,” ujarnya. Sepertinya, pers itu adalah komunitas yang sakral. Mereka menganggap dirinya paling eksklusif, paling bersih, paling kuat, dan punya solidaritas yang tinggi, tuturnya.” (Biografi Surya Paloh 2001 : 29. Cetak tebal dari penulis)
- Naturalisasi	Tak jarang ada pihak-pihak di dalam lingkaran kekuasaan yang ‘kebakaran jenggot’ setelah membaca rubrik ini, sehingga turut memperpanjang daftar dosa-dosa Prioritas di mata pemerintah.”

- Eternalisasi	Banyak romantika yang ia lalui untuk menegakkan independensi <i>Media Indonesia</i> . Romantika itu turut memberikan sumbangan yang berarti bagi perkembangan pers nasional.
- Nominalisasi dan Pasivasi	<p>“Penyeragaman busana kerja ini merupakan salah satu usaha Surya untuk membangun identitas, bahwa kedua institusi media ini berada dalam satu grup usaha.” (Biografi Surya Paloh 2001:354. Cetak tebal dari penulis)</p> <p>“Pers harus mampu melakukan pendidikan politik terhadap pembacanya.” (Biografi Surya Paloh 2001:396. Cetak tebal dari penulis)</p>

DAFTAR PUSTAKA

- Hisyam, Usamah, *Editorial Kehidupan Surya Paloh*, Yayasan Dharmapena Nusantara, Jakarta, 2001
- Thompson, Jhon B, *Analisis Ideologi Kritik Wacana Ideologi-ideologi Dunia*, IRCiSoD, Yogyakarta, 2003
- _____, *Kritik Ideologi Global, Teori-teori Sosial Kritis Tentang Relasi Ideologi dan Komunikasi Massa*, IRCiSoD, Yogyakarta 2004
- Eatwell, Roger dan Wright, Anthony (ed.), *Ideologi Politik Kontemporer*, JENDELA, Yogyakarta, 2004
- Adams, Ian, *Ideologi Politik Mutakhir: Konsep, Ragam, Kritik, dan Masa Depan*, QALAM, Yogyakarta, 2004
- Nuswantoro, Daniel Bell: *MATINYA IDEOLOGI, INDONESIA*, Magelang, 2001
- Sumaryono, E, *Hermeneutik Sebuah Metode Filsafat*, KANISIUS, Yogyakarta, 1999
- T. Gibbons, Michael, *Telaah Hermeneutis Wacana Sosial Politik Kontemporer TAFSIR POLITIK*, Qalam, Yogyakarta, 2002
- Lull, James, *Media Komunikasi Kebudayaan Suatu Pendekatan Global*, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta, 1998
- Foucault, Michel, *Power/Knowledge, Wacana Kuasa/Pengetahuan*, BENTANG BUDAYA, Yogyakarta, 2002
- Fairclough, Norman, *Language And Power, Relasi Bahasa, Kekuasaan dan Ideologi*, BOYAN Publishing, Malang—Gresik, 2003
- Pilliang, Yasraf Amir, *Hiper Moralitas Mengadili Bayang-bayang*, Belukar, Yogyakarta 2003
- Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media, LKiS*, Yogyakarta, 2003
- _____, *Kekuasaan Otoriter: Dari Gerakan Penindasan Menuju Politik Hegemoni Studi Atas Pidato-Pidato Politik Soeharto*, INSIST, Yogyakarta, 2000
- Sunardi, ST, *SEMIOTIKA NEGATIVA, KANAL*, Yogyakarta, 2002